

Online-Arbeit auf Internet-Plattformen: empirische Befunde zum 'Crowdworking' in Deutschland

Pongratz, Hans J.; Bormann, Sarah

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Pongratz, H. J., & Bormann, S. (2017). Online-Arbeit auf Internet-Plattformen: empirische Befunde zum 'Crowdworking' in Deutschland. *AIS-Studien*, 10(2), 158-181. <https://doi.org/10.21241/ssoar.64850>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Hans J. Pongratz, Sarah Bormann¹

Online-Arbeit auf Internet-Plattformen.
Empirische Befunde zum ‚Crowdworking‘ in Deutschland²

Abstract: Unter Online-Arbeit sind Formen bezahlter Arbeit zu verstehen, deren Abwicklung vollständig online und entsprechend den Regularien einer Internet-Plattform erfolgt („Crowdworking“). Auf der Grundlage mehrerer aktueller empirischer Studien (einschließlich einer eigenen Online-Befragung selbstständiger ver.di-Mitglieder) werden Ausmaß, Charakter und Auswirkungen von Online-Arbeit in Deutschland abzuschätzen versucht. Es zeigt sich, dass die Gruppe der Online-Arbeitenden ausgesprochen heterogen ist und gleichermaßen Solo-Selbstständige, Angestellte und Nicht-Erwerbstätige umfasst. ‚Crowdwork‘ wird ganz überwiegend als Zuverdienst gesehen und mit verschiedensten Einkommens- sowie Erwerbsarten kombiniert. Die Unzufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen ist vergleichsweise hoch, vor allem im Hinblick auf die geringe Bezahlung, unbezahlte Leistungen und den harten Preiskampf. Diese Ergebnisse werfen nicht nur Fragen der Gestaltung von Online-Arbeit über Internet-Plattformen auf, sondern auch nach der gesellschaftlichen Relevanz und der arbeits- sowie sozialpolitischen Regulierung von Einkommens- und Erwerbskombinationen generell.

1 Erkundungen in der digitalen Dienstleistungsökonomie

Mit den Begriffen ‚Plattformökonomie‘ und ‚Crowdwork‘ sind neue Schlagworte in der Diskussion zur Zukunft der Arbeit aufgetaucht. Anders als das inzwischen allgegenwärtige Stichwort ‚Industrie 4.0‘ beziehen sie sich nicht auf den produzierenden Kern der deutschen Wirtschaft, sondern auf die globalisierte, internetbasierte Dienstleistungsökonomie. Handlungsbedarf wird diesbezüglich aus unterschiedlichen Richtungen erkannt: Während Unternehmen Investitionsmöglichkeiten und Outsourcing-Optionen prüfen, stehen die Erwerbstätigen sowie ihre Interessenvertretungen vor den Herausforderungen, die neuartigen Erwerbsbedingungen zu gestalten und ihre Auswirkungen für bestehende Beschäftigungsverhältnisse zu prüfen. ‚Crowdworking‘ erfolgt im Schnittpunkt von Crowdsourcing und der neuen Ökonomie der Internet-Plattformen. Crowdsourcing (vgl. Hossain/Kauranen 2015) erschließt Ressourcen unterschiedlichster Art (Geld, Ideen, Arbeitskraft etc.) über offene, internetvermittelte Kommunikations- und Koordinationsformate, etwa auch in Form von Crowdfunding oder -innovation. Obwohl sich die internationale Forschung rasch diesen Themenfeldern zugewandt hat, sind viele der grundlegenden sozialwissenschaftlichen Fragen bislang offen geblieben.

Zum einen gibt es konzeptionelle und begriffliche Schwierigkeiten bei der Definition des Phänomens Crowdsourcing (im Anschluss an die journalistische Begriffsprä-

¹ Prof. Dr. Hans J. Pongratz, Institut für Soziologie, Ludwig-Maximilians-Universität München. E-Mail: hans.pongratz@lmu.de. Sarah Bormann, ver.di-Bundesverwaltung Berlin. E-Mail: sarah.bormann@verdi.de.

² Die Forschungsarbeiten sind im Rahmen des Verbundprojekts „Herausforderung Cloud und Crowd“ erfolgt, das vom ISF München koordiniert wird (<http://cloud-und-crowd.de/>). Es wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) im Programm „Innovationen für die Produktion, Dienstleistung und Arbeit von morgen“ gefördert und vom Projektträger Karlsruhe (PTKA) betreut. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autor*innen, die sich für viele wertvolle Hinweise aus dem Kreis der Verbundpartner und der Gutachter*innen der AIS-Studien bedanken.

gung durch Howe 2006), obgleich Forscher*innen seine globale Verbreitung seit über zehn Jahren untersuchen. So gibt es diverse Ansätze, die unterschiedlichen Formen von Plattformen voneinander abzugrenzen (siehe die Vorschläge von Leimeister et al. 2016a oder Schmidt 2016). Plattformökonomie umfasst als Oberbegriff (vgl. z. B. Kirchner/Beyer 2016; Srnicek 2016) so verschiedene Geschäftsmodelle wie werbefinanzierte Social-Media-Plattformen (Facebook, YouTube), E-Commerce-Verkaufsplattformen (Ebay, Amazon) und die sogenannte Sharing Economy (Airbnb, Uber); das Spektrum reicht bis hin zu Plattformen, die Arbeitsleistungen vermitteln, die entweder ‚offline‘ bei den Kund*innen vor Ort (Helpling, MyHammer) oder ‚online‘ über das Internet erbracht werden (Clickworker, Upwork). Wir konzentrieren uns im Folgenden auf den letztgenannten Typus von ‚Crowdworking‘-Plattformen, die bezahlte Dienstleistungen vollständig über das Internet abwickeln. Ihre Ausführung erfolgt ortsunabhängig und eröffnet den Zugang zu einem grenzüberschreitenden globalen Arbeitsmarkt.

Dieses Segment wird im deutschen Sprachraum überwiegend als „Crowdwork“ bezeichnet, während im Englischsprachigen des Weiteren die Begriffe „online labour“, „on demand work“, „online outsourcing“ oder „gig economy“ verbreitet sind (siehe die Titel im Literaturverzeichnis). Wir sprechen im Folgenden von Online-Arbeit, wenn der gesamte Arbeitsprozess online und entsprechend den Regularien einer Internet-Plattform abgewickelt wird: von den anfänglichen Instruktionen bis zum Transfer der Ergebnisse und ihrer Evaluation. Mit der Verwendung des Terminus Online-Arbeit vermeiden wir die Unschärfen des Begriffes der Crowd (Pongratz 2017a), nehmen eine Abgrenzung zur Vermittlung von ‚offline‘ erbrachten Dienstleistungen vor und suchen damit den Anschluss an die internationale Forschung zu „online labour“ als spezifischem Arbeitsmarktphänomen (Beerepoot/Lambregts 2015; Lehdonvirta et al. 2015).

Die zweite dringend zu klärende Forschungsfrage betrifft die empirische Verbreitung des Phänomens: Noch sind die Datengrundlagen schmal, sowohl im Hinblick auf seine Ausprägungen in Deutschland als auch auf die internationale Entwicklung (siehe den Literaturüberblick von Leimeister/Zogaj 2013). Die Forschung hat sich bisher vorwiegend auf die technischen Erfordernisse der Plattformen und die Effizienz der Vermittlungsleistungen konzentriert (als Übersicht zum Stand der internationalen Forschung vgl. Codagnone et al. 2016). Wir geben im Folgenden einen Überblick über die Ergebnisse aktueller Befragungen zur Situation der Online-Arbeitenden in Deutschland (Abschnitt 2). Das schließt eine eigene Erhebung mit ein (siehe auch den Anhang): Wir haben eine Online-Befragung von Mitgliedern der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, die im Hauptberuf oder als Zuverdienst selbstständig tätig sind, dazu genutzt, ihre Erfahrungen mit bezahlter Arbeit auf dieser Art von Crowdsourcing-Plattformen zu ermitteln (vgl. Pongratz 2017b).

Auf Basis dieses Forschungsstands versuchen wir, auf einige grundlegende Fragen empirisch fundierte Antworten zu geben (Abschnitt 3): Welches Ausmaß hat Online-Arbeit hierzulande? Wer sucht nach bezahlten Tätigkeiten auf derartigen Plattformen? Und welche Erfahrungen werden mit der Vermittlung und Abwicklung

solcher Aufträge gemacht? Die Ergebnisse dienen dazu, die Relevanz dieses Arbeitsmarktphänomens besser abschätzen und den Handlungsbedarf aus Sicht der Erwerbstätigen konkretisieren zu können (Abschnitt 4). Dabei zeigt sich, dass die Erwerbssituation der Online-Arbeitenden von der Kombination mit anderen Formen abhängigen oder selbstständigen Erwerbs oder mit Einkommen aus anderen Quellen (z. B. als Rentner*innen) geprägt ist. Die gesellschaftliche Bedeutung von Online-Arbeit erschließt sich demnach erst in ihrem Verhältnis zu anderen Erwerbsaktivitäten als Bestandteil vielschichtiger Erwerbsstrategien.

2 Stand der Forschung zu den Bedingungen von Online-Arbeit

Das Untersuchungsgebiet der Online-Arbeit umfasst nur Vermittlungsdienste von Internet-Plattformen für bezahlte Aufträge, die vollständig online abgewickelt werden. Zwischen den Plattformen innerhalb dieses Segments bestehen allerdings große Unterschiede hinsichtlich der vermittelten Arbeitsleistungen und der Organisation des Vermittlungsmodus (vgl. Leimeister et al. 2016a). Die Abgrenzungen des Outsourcing von Arbeit nach Kriterien von bezahlt/unbezahlt und offline/online sind aufgrund von Mischformen nicht immer eindeutig. Üblich ist die Unterscheidung der Microtask-Plattformen (wie Clickworker oder Amazon Mechanical Turk) zur Vermittlung von Kleinstaufträgen, die oft nur wenige Minuten Zeit in Anspruch nehmen, von Freelancer-Plattformen (wie Twago oder Upwork) mit komplexeren und fachlich anspruchsvolleren Auftragsangeboten (vgl. Pongratz 2017a). Andere Plattformen haben sich auf bestimmte Auftragsarten spezialisiert, etwa auf Design-Aufgaben (99designs), Texterstellung und Übersetzung (Textbroker, CastingWords) oder Software-Tests (Testbirds, uTest). Systematisch begrenzt ist das Leistungsspektrum dieser Plattformen durch den Umstand, dass die Arbeitsergebnisse in vollem Umfang digitalisierbar und per Internetverbindung transferierbar sein müssen.

In der internationalen Forschung dominieren ökonomische und sozio-technische Perspektiven auf die Nutzungsmöglichkeiten von Arbeitskraft durch Internet-Plattformen (vgl. Kittur et al. 2013; Saxton et al. 2013). Weil dabei die informationstechnische Gestaltung der Plattformen im Vordergrund steht, wird oft nicht klar unterschieden zwischen Online-Arbeit und anderen Formen des Crowdsourcing oder verwandten Phänomenen wie der Entwicklung von Open-Source-Software, Konzepten von Bürgerwissenschaft oder dem Aufbau von Wikis (vgl. Hossain/Kauranen 2015). Unklar bleibt insbesondere, was genau mit dem Begriff der Crowd gemeint ist, den Howe (2006, S. 5) in seiner Prägung des Terminus Crowdsourcing nur vage bestimmt hat als „undefined (and general large) network of people“. Generell wird davon ausgegangen, dass Online-Arbeit vor allem für Personen interessant ist, die kaum Zugang zu regulärer Beschäftigung finden – entweder aufgrund von Beschränkungen des Arbeitsmarktes und der Mobilität oder wegen kultureller oder persönlicher Barrieren (z. B. traditionelle Geschlechterrollen, soziale Ängste etc.).

Eher sozialwissenschaftlich orientierte Studien und einige wenige qualitative Befragungen geben einen ersten Einblick in die Probleme von Online-Arbeit. Beim Vergleich dieser internationalen Befunde sind allerdings die heterogenen Arbeitsmarktkonstellationen zu berücksichtigen, unter denen globale Online-Arbeit stattfindet:

- Eine Online-Befragung des International Labour Office (ILO) belegt die Prekarisierungsrisiken der Arbeit auf Microtasking-Plattformen (hier: Crowdfunder und Mechanical Turk): „Most crowdworkers like the work and appreciate the opportunity to work from home, but are nonetheless frustrated with the low level of pay, the lack of a reliable and steady source of work, the unresponsiveness of platforms to their concerns and the poor, and at times abusive, relationship with requesters.“ (Berg 2016, S. 18)
- In einer vergleichenden Befragung von Online-Arbeitenden in Südostasien und Afrika zeichnen Graham et al. ein gemischtes Bild: „While there are significant rewards to online gig work, it is important to point out that there are also significant risks. Discrimination, low pay rates, overwork, and insecurity all need to be tackled head-on.“ (2017, S. 10)
- Eine qualitative Studie zur Online-Arbeit in der Kreativwirtschaft Österreichs belegt, wie kompetitiv ausgelegte Nutzerprofile und mangelnde Kommunikationsmöglichkeiten auf den Plattformen die Konkurrenz der ‚Crowdworker‘ untereinander verschärfen und den Preisdruck erhöhen (Schörpf et al. 2017, S. 50 ff.).
- Auf der Grundlage von Prozessdaten der Freelancer-Plattform oDesk (jetzt: Upwork) stellen Beerepoot und Lambregts (2015) fest, dass vor allem der Einstieg und der Wettbewerb mit „Amateuren“ als schwierig erlebt werden, auch weil mit beruflichen Qualifikationen und Erfahrungen kaum höhere Entlohnungen zu erzielen sind.
- Auf Freelancer-Plattformen können ‚Crowdworker‘ allerdings, wie Durward et al. (2016) am Beispiel von Freelancer.com und Elance (jetzt: Upwork) zeigen, mit gezielten Qualitätssignalen durchaus beträchtliche Verhandlungsmacht aufbauen.
- In einem kleinen Sample britischer Crowdsourcers werden anspruchsvolle Voraussetzungen für die in diesen Fällen eingetretenen Erfolge identifiziert, unter anderem „reliability, willingness to work, a positive attitude to work, responsibility, and selfdiscipline“ (Barnes et al. 2015, S. 23) sowie „adaptability, flexibility and mobility“ (ebd., S. 26).

Bei dem Großteil der Projekte stehen die Online-Arbeitenden in Konkurrenzbeziehungen um interessante und lohnenswerte Aufträge (vgl. Schörpf et al. 2017). Mit ihren Angebotsprofilen versuchen sie, sich auf den Plattformen gezielt von der Masse abzuheben, um individuell sichtbar zu werden. Anfänger*innen, die noch über wenige Kundenbewertungen verfügen und deshalb von interessanten Angeboten oft ausgeschlossen bleiben, müssen sich erst ihre Online-Reputation erarbeiten: Um erste positive Bewertungen zu erhalten, fordern sie beispielsweise weniger Geld oder übernehmen zusätzliche Überarbeitungsschritte (ebd., S. 50 f.). Die meisten Plattformen nutzen kaum die ‚kollektive Intelligenz‘ der Online-Arbeitenden, sondern organisieren Konkurrenzbeziehungen zwischen ihnen mit der Erwartung, dass sich jede*r Einzelne gezielt von der Masse der Angebote abzusetzen versucht. Bemerkenswert ist in diesem Kontext, dass insbesondere internationale Plattformen für

Freelancer und spezialisierte Aufgaben den Begriff „crowd“ vermeiden und stattdessen „talents“ oder „talented experts“ als Zielgruppe adressieren (siehe ausführlicher Pongratz 2017a).

Entscheidende Anstöße zur wissenschaftlichen Erforschung von ‚Crowdwork‘ in Deutschland kommen aus den beiden großen Gewerkschaften IG Metall und ver.di. Sie haben internationale Erfahrungen frühzeitig aufgegriffen und in einer Phase, in der Online-Arbeit hierzulande noch wenig debattiert wurde, nach ihrer arbeits- und sozialpolitischen Relevanz gefragt (Benner 2015, ver.di 2015). Die Aufmerksamkeit der Gewerkschaften hatte vor allem die Crowdsourcing-Strategie „Generation Open“ des IT-Unternehmens IBM geweckt (ver.di 2012; IG Metall 2013), mit der Projektaufgaben in Arbeitspakete aufgeteilt und intern gegenüber der eigenen Belegschaft sowie zugleich extern für Freelancer ausgeschrieben wurden (vgl. Boes et al. 2014). Die Strategie orientierte sich an Kooperationsmodellen der Free- und Open-Source-Bewegung und versuchte, sich deren Vorteile zunutze zu machen. Diese entstehen, da besondere Lizenzierungsmodelle (uneingeschränkt bei GPL der Free Software) eine offene, freiwillige Zusammenarbeit auf globaler Ebene ermöglichen, was die Grundlage höchst erfolgreicher Projekte sein kann (vgl. Nuss 2006; Müller 2010, S. 71 ff.). Indes ist das Verhältnis von so genanntem internem und externem Crowdsourcing von Arbeitskraft noch wenig untersucht (Mrass et al. 2017). Das IBM-Experiment lässt kaum weitergehende Schlussfolgerungen zu, weil das Unternehmen das Programm in Deutschland nicht mehr anwendet.

Die folgende Bestandsaufnahme zur Situation von Online-Arbeitenden in Deutschland greift mehrere jüngst publizierte Befragungsergebnisse auf. Umfassende Forschungsarbeit leistet seit längerem das Team des Fachgebiets Wirtschaftsinformatik der Universität Kassel, das vielfältige Geschäftsmodelle des Crowdsourcing (nicht nur von bezahlter Arbeit, sondern beispielsweise auch des Crowdfunding) untersucht hat. Für unsere Fragestellung aufschlussreich ist neben verschiedenen Systematisierungsansätzen (Leimeister et al. 2014; Leimeister et al. 2016a) insbesondere die empirische Studie „Crowd Worker in Deutschland“ (Leimeister et al. 2016b) mit der bislang umfangreichsten Befragung von Deutschen bzw. in Deutschland lebenden Personen (434 Befragte), die auf verschiedensten Plattformen (insgesamt 25) aktiv sind. Diese Online-Befragung ermöglicht erstmals den systematischen Vergleich unterschiedlicher Plattform-Typen (Microtask, Marktplatz, Design und Testing). Eingeschränkt wird die Aussagekraft der Befunde allerdings durch den Umstand, dass die Erhebung auf den Plattformen in Gestalt einer Ausschreibung als bezahlter Auftrag stattfand (siehe die Methodenreflexion im Anhang).

Letzteres gilt auch für die beiden anderen Studien zu ‚Crowdworkern‘ in Deutschland, deren Erhebungen ebenfalls im Verlauf des Jahres 2015 stattfanden. An der Online-Befragung von Al-Ani und Stumpp (2015), die ver.di angeregt hatte, nahmen 165 Personen teil, die auf zwei spezialisierten Plattformen (für Innovationen und Software-Tests) tätig sind. Auf zwei Microtask-Plattformen beschränkt sich die Untersuchung von Bertschek et al. (2016) im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales, an der sich 408 Personen beteiligten. Beide Studien konzentrieren sich auf die Beschreibung der Gruppe der Online-Arbeitenden, die Motive ihrer Tätigkeit

und deren Umfang. Mit einfachen Microtasks einerseits und komplexen Innovations- sowie Testaufgaben andererseits setzen sie an unterschiedlichen Polen des Spektrums von Online-Arbeit an. Da sie mit der Kasseler Studie in wesentlichen Befunden übereinstimmen, lässt sich auf dieser Grundlage im Folgenden eine vorläufige Skizze der Beteiligung an Online-Arbeit in Deutschland erstellen.³

Ergänzend beziehen wir in diese empirische Zwischenbilanz die Ergebnisse einer eigenen Online-Befragung von ver.di-Mitgliedern mit ein, die im Haupt- oder Nebenberuf selbstständig sind. Bei einer Gesamtzahl von etwa 30.000 selbstständigen ver.di-Mitgliedern haben sich 834 Personen beteiligt, von denen gut die Hälfte im Hauptberuf (über 50 Prozent des Einkommens) selbstständig ist.⁴ Unsere Referenzgruppe bilden jene insgesamt 45 Personen (das sind 5,4 Prozent aller Befragungsteilnehmer*innen), die eindeutig identifizierbare Plattformen für Online-Arbeit als Zugang zu selbstständigen Aufträgen angeführt hatten. Die Untersuchungsgruppe verteilt sich auf die vier Plattform-Typen Microtask (13 Befragte), Testing (sechs Befragte), Textarbeit (13 Befragte) und Freelancer-Aufgaben (13 Befragte). Weitere Angaben zur Zusammensetzung dieses Samples finden sich im Anhang des Beitrags. Dort werden insbesondere die Unterschiede in den Erhebungsmethoden der verschiedenen Studien im Zusammenhang mit grundlegenden forschungsmethodischen Herausforderungen der empirischen Analyse von Online-Arbeit diskutiert.

3 Empirische Befunde zur Erwerbssituation von Online-Arbeitenden in Deutschland

Auf Basis der vier genannten Online-Befragungen (und vor dem Hintergrund des internationalen Forschungsstands) sind erste Abschätzungen der ökonomischen Relevanz von Online-Arbeit in Deutschland (3.1) ebenso möglich wie Analysen zur Zusammensetzung der Gruppe der ‚Crowdworker‘ (3.2) und zu ihren Erfahrungen mit den Vermittlungsmechanismen der Plattformen (3.3).

3.1 Einschätzungen zur ökonomischen Relevanz von Online-Arbeit

Das Ausmaß von Online-Arbeit weltweit oder in einzelnen Ländern ist nicht einfach abzuschätzen, weil keine offiziellen statistischen Daten zur Verfügung stehen. Eine amtliche Erfassung ist schon deshalb schwierig, weil die Aufträge regelmäßig über Ländergrenzen hinweg vergeben werden und sich als wirtschaftliche Ereignisse nur schwer lokalisieren lassen. Die Plattformen sind nicht zu öffentlicher Information über ihre Vermittlungsleistungen verpflichtet, machen vielfach aber auf ihren Webseiten freiwillige Angaben hierzu. Diese Selbstauskünfte stellen eine wichtige Informations-

³ Vertiefende qualitative Befunde sind demnächst aus mehreren laufenden Forschungsprojekten zu erwarten: Und zwar neben dem Forschungsverbund der Autor*innen aus Projekten am WZB Berlin (Gerber/Krzydowski 2017) und an der Europa-Universität Viadrina. Aus Letzterem sind erste ausschnittshafte Ergebnisse inklusive der Aussagen von fünf Befragten mit Erfahrungen auf Microtasking- und Testing-Plattformen veröffentlicht (Schönefeld/Schwarz 2017).

⁴ In Zusammenarbeit mit dem Selbstständigen-Referat von ver.di wurden die Mitglieder über Newsletter und ver.di-Publikationen auf den von Mitte September bis Anfang November 2016 freigeschalteten Fragebogen mit 26 Fragen, deren Beantwortung etwa 15 bis 20 Minuten Zeit beanspruchte, hingewiesen. Da auf ‚Crowdworking‘-Plattformen oft sehr kleine Aufträge vergeben werden, wurden zur Befragung ausdrücklich auch Mitglieder eingeladen, die nur einen geringen Zuverdienst (z. B. neben einer Anstellung oder zusätzlich zur Rente) aus selbstständiger Tätigkeit erzielen (zur näheren Beschreibung der Untersuchungsgruppe vgl. Pongratz 2017b).

grundlage dar – auch wenn zu berücksichtigen bleibt, dass sie primär zu Marketingzwecken veröffentlicht werden und nicht nachprüfbar sind.

Die Weltbank hat auf Grundlage der von den Plattformen publizierten Daten und von Experteninterviews das globale Gesamtvolumen von Online-Arbeit abzuschätzen versucht (Kuek et al. 2015; vgl. ebenso den Forschungsüberblick von Codagnone et al. 2016). Sie geht für das Jahr 2013 von etwa 47,8 Millionen registrierten Online-Arbeitenden aus, von denen nur 5,8 Millionen (also ca. zwölf Prozent) auf Microtask-Plattformen angemeldet sind, während die Mehrheit der Online-Arbeitenden komplexere Tätigkeiten erledigt. Allerdings sind die Zahlen der registrierten Nutzer*innen wenig aussagekräftig, weil sie Mehrfachanmeldungen einschließen und nichts über den Grad der Aktivität preisgeben.⁵ Aufgrund von Experteninterviews wird in der Weltbank-Studie vermutet, dass nur etwa jede*r zehnte Angemeldete auch tatsächlich aktiv Aufträge bearbeitet (ebd., S. 21).⁶ Auswertungen von Prozessdaten von oDesk (jetzt: Upwork) bestätigen diese Annahme (Lehdonvirta et al. 2014): Von der Gesamtheit der „potential workforce“ von 1.775.500 Personen hatten im Untersuchungszeitraum von März bis August 2013 nur 198.900 „at least one hour billed or \$1 earned“ (Graham et al. 2017, S. 6).

Falls aber nur etwa jede*r zehnte Registrierte Aufträge bearbeitet, liegt die Zahl der aktiven ‚Crowdworker‘ weltweit im Jahr 2013 nur bei rund fünf Millionen Personen. Davon kommt die Mehrheit (nach Schätzung ca. 60 Prozent) aus drei Ländern: den USA, Indien und den Philippinen mit jeweils circa 20 Prozent. In Europa stellt Großbritannien (4,2 Prozent aller Registrierten) das größte Kontingent (Kuek et al. 2015, S. 29). Deutschland wird nicht unter den „top 25 countries“ aufgeführt und müsste demnach mit der Zahl der aktiv Online-Arbeitenden im Jahr 2013 unter 100.000 Personen gelegen haben. Das globale Auftragsvolumen wird in der Weltbank-Studie auf ca. zwei Milliarden US-Dollar geschätzt – mit dem Löwenanteil für die von Kalifornien aus operierende Plattform Upwork (ebd., S. 19). Die jährliche Wachstumsrate der Branche wird bei etwa 30 Prozent angenommen; konstant auf die Entwicklung seit 2013 projiziert, ließe das für das Jahr 2017 auf ein Volumen von rund sechs Milliarden US-Dollar und 14 Millionen Online-Arbeitende weltweit schließen. Für Deutschland wäre dann hochgerechnet von bis zu 300.000 aktiven Nutzer*innen auszugehen.

Die Verdienstmöglichkeiten auf den Plattformen sind schon aufgrund des Auftragsvolumens äußerst begrenzt: Bei den von der Weltbank angenommenen Schätzwerten (zwei Milliarden US-Dollar Umsatz für fünf Millionen aktive Online-Arbeitende in 2013) bleibt rein statistisch betrachtet für jede*n aktive*n Auftragnehmer*in ein Durchschnittsverdienst von etwa 400 US-Dollar im Jahr oder knapp 35 US-Dollar im Monat (siehe 3.2). In Deutschland steuert Online-Arbeit in der Regel nur einen Zuverdienst zum Einkommen bei. Das gilt in besonderem Maße für die

⁵ So kommen Leimeister et al. zu dem Ergebnis, dass ‚Crowdworker‘ im Durchschnitt auf zwei Plattformen aktiv sind (Leimeister et al. 2016b, S. 31). Die von den Plattformen angegebenen Zahlen beziehen sich in der Regel auf alle Anmeldungen der letzten Jahre, selbst wenn diese lediglich dem Kennenlernen und Ausprobieren dienen.

⁶ In der Studie gilt eine Person als aktiv, wenn sie mindestens einmal monatlich einen Auftrag auf einer Online-Plattform erfüllt.

Microtask-Plattformen, auf die Bertschek et al. (2016, S. 9) ihre Untersuchung beschränken: 68 Prozent der Befragten verdienen netto in der Woche unter 19 Euro, selbst wenn sie auf mehreren Plattformen aktiv sind; lediglich 14 Prozent kommen über 50 Euro wöchentlich. Diese Einkommenshöhe hängt mit der niedrigen Bezahlung pro Auftrag zusammen (65 Prozent erhalten weniger als zwei Euro), aber auch mit den wenigen geleisteten Arbeitsstunden: Nur „13 Prozent nennen Arbeitszeiten von drei Stunden und mehr“ pro Woche (ebd., S. 8).

Eine nach Plattformen differenzierte Einschätzung erlaubt die Studie von Leimeister et al. (2016b, S. 43): Die monatlichen Einnahmen aus Online-Arbeit liegen im Durchschnitt zwischen 144 Euro auf Microtask-Plattformen und 663 Euro auf Marktplatz-Plattformen. ‚Spitzenerträge‘ von über 1.500 Euro im Monat gibt es fast nur auf Marktplatz- und Design-Plattformen; 71 Prozent aller Befragten bleiben mit ihrem Ertrag unter 500 Euro im Monat (ebd., S. 44 f.). Auf allen Plattformen stellen die Einnahmen überwiegend einen Nebenverdienst dar: zu 94 Prozent bei Microtasking, zu 86 Prozent bei Testing, zu 81 Prozent bei Design und zu 72 Prozent auf Marktplatz-Plattformen (ebd., S. 48). Diese Werte erklären sich wiederum zu einem erheblichen Teil aus den Arbeitszeiten: Diese liegen bei Microtask- und Testing-Aktivitäten im Durchschnitt um die acht Stunden in der Woche, bei Design- und Marktplatz-Aufgaben zwischen 14 und 17 Stunden (ebd., S. 51). Zu berücksichtigen bleibt, dass aufgrund der methodischen Anlage (siehe Anhang) in diesem Sample besonders aktive Plattform-Nutzer*innen vermutlich überrepräsentiert sind.

Damit lässt sich der Umfang von Online-Arbeit in Deutschland folgendermaßen bestimmen: Im weltweiten Vergleich betrachtet, sind sowohl Nachfrage als auch Angebot relativ niedrig. Die überwiegende Mehrheit der Online-Arbeitenden nutzt die Plattformen als Zuverdienst. Sie erzielen damit monatliche Einnahmen von mehreren Hundert Euro, bei Microtask-Aufgaben in der Regel deutlich weniger.

3.2 Wer arbeitet online über Crowdsourcing-Plattformen?

Eines der hervorstechendsten Merkmale von Online-Arbeit ist, dass sie gleichermaßen von hauptberuflich Selbstständigen, Angestellten und Nicht-Erwerbstätigen (z. B. Rentner*innen und Studierenden) ausgeübt wird. Das hat mit den geringen Zugangshürden, der zeitlichen Verfügbarkeit von Aufträgen und der Skalierbarkeit der Aktivitäten zu tun. Der Zugang zu den Plattformen ist nur durch technische (Internetzugang) und sprachliche Hürden (Kenntnisse einer der angebotenen Sprachen) beschränkt. Es gibt keinerlei sonstige rechtliche oder qualifikatorische Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, um ein Profil anlegen und sich um Aufträge bewerben zu können. Manche Plattformen führen Tests zur Bestimmung des individuellen Fähigkeitsniveaus für bestimmte Aufgabentypen durch, welche die Verfügbarkeit höherwertiger und besser bezahlter Aufträge betreffen. Doch ohne formales Bewerbungsverfahren und ohne längere Anmeldeprozedur kann in der Regel unmittelbar nach Eingabe der persönlichen Daten die Suche nach Aufträgen starten.

Wie viele Aufträge in welchem zeitlichen Umfang übernommen werden, hängt vom verfügbaren Auftragsangebot ebenso ab wie von den Entscheidungen der

Online-Arbeitenden. In der Auftragsvergabe greift die Konzeption der Plattformen als Marktplätze: Aufträge sind zwar rund um die Uhr verfügbar, aber nicht unbedingt in der gewünschten Menge und Qualität; die Vergabe der Aufträge erfolgt über diverse Wettbewerbsmechanismen, sodass mit bezahlter Arbeit nicht sicher gerechnet werden kann. Das Interesse an einem derartigen Zuverdienst dürfte bei den drei Gruppen unterschiedliche Gründe haben (zu den Motiven vgl. auch Al-Ani/Stumpp 2015, S. 20, und Bertschek et al. 2016, S. 9):

- Nicht-Erwerbstätige können andere Einkommensarten (z. B. Arbeitslosengeld, Rente oder BAföG) mit gezielt dosiertem Aufwand bei relativ hoher Orts- und Zeitsouveränität ergänzen oder die eigenen Fähigkeiten in neuen Aufgabefeldern erproben.
- Angestellte können bei Teilzeitbeschäftigung das Einkommen aufstocken oder bei Vollzeitanstellung unproduktive Lücken schließen (z. B. Pausen, Fahrtzeiten etc.) sowie dabei auch berufliche erworbene Fähigkeiten flexibel und gewinnbringend verwerten.
- Für Selbstständige ist Online-Arbeit oft eine Option, um Auftragslöcher zu stopfen oder um neue Kunden zu gewinnen.

Die Anteile der drei Beschäftigtengruppen variieren je nach Plattform-Typus. Im Sample der von Bertschek et al. (2016, S. 22) untersuchten Microtask-Plattformen ist der Anteil an Selbstständigen mit acht Prozent besonders niedrig, während 39 Prozent abhängig beschäftigt und mehr als 50 Prozent nicht erwerbstätig sind (in der überwiegenden Mehrzahl Schüler*innen, Auszubildende oder Studierende). In der Untersuchungsgruppe von Al-Ani und Stumpp (2015) sind im Kontrast dazu auf der Kreativ-Plattform die Selbstständigen in der Überzahl (mit ca. 55 Prozent), beim Software-Testing hingegen die Angestellten (mit ca. 45 Prozent). Im breiter angelegten Sample von Leimeister et al. (2016b, S. 40 ff.) verteilen sich die Werte gleichmäßiger: 38 Prozent Selbstständige, 34 Prozent Nicht-Erwerbstätige und 28 Prozent Angestellte (mehrheitlich in Vollzeit). Demnach lässt sich Online-Arbeit als Zuverdienst gut mit allen anderen Formen des Beschäftigungsstatus verbinden und ist überwiegend in solchen Kombinationen anzutreffen (siehe Abbildung 1).

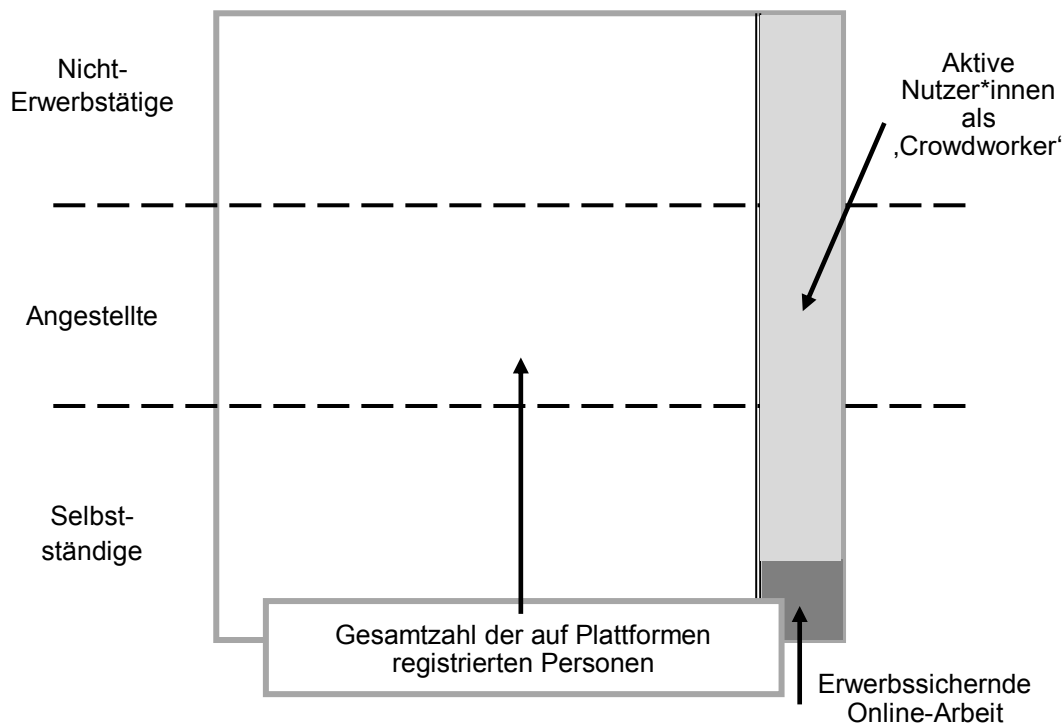


Abbildung 1: Strukturierung der Online-Arbeitenden

(Quelle: eigene Darstellung)

Die Gesamtzahl der auf Plattformen für Online-Arbeit Registrierten dürfte sich in Deutschland heute in der Größenordnung von 500.000 bis zu einer Million Personen bewegen (wenn die Weltbank-Schätzungen für 2013 als Ausgangspunkt genommen werden; siehe dazu 3.1). Das sind alle jene, die in den vergangenen zehn Jahren ein Profil auf einer Plattform anlegt haben, das seither nicht gelöscht wurde. Die Zahl der aktuell aktiven Nutzer*innen schätzen wir – wie eben erläutert – auf wenige Hunderttausend ‚Crowdworker‘; wir gehen von ca. 100.000 bis 300.000 Personen aus, die mindestens einmal monatlich einen Auftrag über eine Crowdsourcing-Plattform annehmen. Von diesen erzielt wiederum nur ein Bruchteil von geschätzt 1.000 bis 5.000 Personen mit Online-Arbeit erwerbssichernde Einnahmen (im Vergleich zum deutschen Durchschnittslohn) – und können damit als Online-Arbeitende im Hauptberuf gelten.

Obgleich die Verdienstmöglichkeiten begrenzt sind und formale Qualifikationen nicht vorausgesetzt werden, ist das Bildungsniveau der Online-Arbeitenden erstaunlich hoch. Den Angaben einer Microtask- und einer Freelancer-Plattform zufolge verfügen 38 Prozent bzw. 75 Prozent ihrer Nutzer*innen mindestens über einen Bachelor-Abschluss (Kuek et al. 2015, 32 ff.). Ähnliches stellen die deutschen Studien fest:

- Auf den untersuchten Microtask-Plattformen haben etwa 44 Prozent der Befragten Universitätsabschluss oder Promotion (bzw. streben dies an) (Bertschek et al. 2015, S. 23).
- Bei komplexeren Aufgaben liegt der Anteil mit abgeschlossenem Hochschulstudium über 50 Prozent (Al-Ani/Stumpp 2015, S. 19).
- Über verschiedene Plattform-Typen hinweg wird ein Anteil von 48 Prozent der Befragten mit mindestens Bachelor-Abschluss ermittelt (Leimeister et al. 2016b, S. 37 ff.).

Auch hinsichtlich soziodemographischer Merkmale decken sich die deutschen und internationalen Daten weitgehend. Die Weltbankstudie (Kuek et al. 2015, S. 31) geht von einer leichten Überzahl der Männer unter Online-Arbeitenden aus (ca. 60 Prozent). In den deutschen Studien liegen die ermittelten Anteile der Männer zwischen 50 Prozent und 68 Prozent (Bertschek et al. 2015, S. 20; Al-Ani/Stumpp 2015, S. 18; Leimeister et al. 2016b, S. 33). Diese Werte entsprechen in etwa dem Verhältnis der Geschlechter unter allen Solo-Selbstständigen in Deutschland, mit einem Anteil der Frauen in Höhe von 38,1 Prozent im Jahr 2014 (Brenke/Beznoska 2016, S. 20). Bezüglich des Alters besteht Übereinstimmung in nationalen wie internationalen Studien darin, dass ‚Crowdworker‘ im Durchschnitt deutlich jünger sind als Solo-Selbstständige: selten über 50 Jahre alt und mit dem größten Anteil unter 30 Jahren (mit vielen Auszubildenden und Studierenden).

3.3 Welche Erfahrungen machen Online-Arbeitende in Deutschland?

Im Unterschied zur sozialen Zusammensetzung der Gruppe der Online-Arbeitenden in Deutschland ist über die konkreten Erfahrungen, die sie mit dieser Form der Arbeit machen, noch recht wenig bekannt. In den deutschen Studien sind vorwiegend Zufriedenheitsbewertungen genereller Arbeitsmerkmale erhoben worden, international liefern zudem eine Reihe qualitativer Befragungen konkretere Hinweise (vgl. Abschnitt 2). In unserer eigenen Online-Befragung (siehe auch den Anhang) führt die offen gestellte Frage nach den positiven und negativen Erfahrungen mit Online-Arbeit zu genaueren Angaben.

Bei den 26 konkreten Stellungnahmen zu positiven Erfahrungen (unter 45 Befragten) wird am häufigsten die Möglichkeit eines einfach zu erzielenden Zuverdienstes genannt: Das steht weniger mit der Höhe als mit der Form der Bezahlung in Zusammenhang, die als „transparent“, „zuverlässig“ oder „schnell“ geschildert wird und „keine Akquise nötig“ mache. Daneben wird auf inhaltlich interessante Themen verwiesen sowie auf „persönliche Entwicklung durch immer neue Anforderungen“. Vereinzelt findet sich Lob für die Betreuung durch die Plattformen und die Flexibilität in der Auftragsausführung – etwa mit der Aussage „ich behalte alle meine Freiheiten im (Berufs-)Alltag“. Auf den Freelancer-Plattformen steht die Chance im Vordergrund, neue Kundschaft zu gewinnen. Typische Erfahrungen lauten „leicht an Projekte von bisher nicht bekannten Auftraggebern kommen“, „nach Gewinnen gab es öfters eine dauerhafte Zusammenarbeit“ oder spezifischer:

„Man kann sich relativ schnell ein ‚exotisches‘ Portfolio erarbeiten mit Kunden aus aller Welt, die auf der Suche nach ‚native German speakers‘ sind, um Texte für Webseiten, für’s Marketing, für Social Media zu erstellen und zu verwalten.“

Zu den negativen Erfahrungen war die Resonanz mit 34 Antworten deutlich höher und mit ausführlicheren Darstellungen ebenfalls aussagekräftiger. Über alle Plattformen hinweg gibt vor allem die unzureichende Entlohnung Anlass zu zahlreicher Klage. Mehr als die Hälfte der Befragten (24 Personen) kritisiert die „sehr schlechte Bezahlung“ und charakterisiert sie mit oft drastischen Formulierungen als „extrem unfair[...]“, „unterirdisch“ oder „grottiger umgerechneter Stundenlohn“. Auch für die Freelancer-Plattformen wird festgestellt: „Das Ganze ist eine einzige Preisdumping-Maschinerie“. In folgendem Statement finden sich typische Probleme zusammengefasst:

„Enormer Preiskampf, d. h. dein normaler (zum Überleben notwendiger) Stundensatz wird soundso nicht erreicht, zusätzlich dazu musst du dich auf Fixpreise einlassen, egal wie hoch der Aufwand ist. In einem Fall gab es diverse weitere Überarbeitungen, die tröpfchenweise gekommen sind, sodass sich das Projekt deutlich hingezogen [...] und [sich] der Stundensatz auf ein Minimum [...] reduziert hat. Du bist auf solchen Plattformen allerdings vollkommen den Unternehmen ausgeliefert, da ein enormer Konkurrenzkampf herrscht (mehrere hundert Angebote an ein Unternehmen konkurrieren mit dir; die Stundensätze sinken enorm usw.).“

Das verbreitete Empfinden, ungerecht behandelt zu werden, hängt neben der Honorarhöhe mit spezifischen Mechanismen der Plattformen zusammen – etwa den in obiger Aussage genannten unbezahlten Nacharbeiten oder dem Aufwand für oft erfolglose Bewerbungen um Aufträge. Auch der „Konkurrenzkampf“ der Arbeitenden untereinander wird mehrfach beklagt.

An zweiter Stelle rangiert unter den negativen Erfahrungen der Vermittlungsservice der Plattformen (elf Befragte): „die Qualitätssicherungen sind zu kompliziert und auch widersprüchlich“, „keine klaren Regelungen, die die Leistungsersteller schützen“. Daneben wird von acht Befragten die Qualität der Aufträge bemängelt mit Kommentaren wie „schlecht aufbereitet“, „schwierige Absprachen“, „kein Austausch“ oder „wenig konkretes Briefing“. In der folgenden Stellungnahme zu Textarbeitsplattformen sind viele der Kritikpunkte aufgelistet:

„extrem schlechte Bezahlung, Honorare unter Mindestlohn, keine persönlichen Kontakte, keine inhaltliche Entwicklung in der Zusammenarbeit, keine Zukunftsaussichten, keine Kundenbindung, keine Altersvorsorge, viele großartige, aber leere Versprechungen bei der Anwerbung von freien Mitarbeitern“.

Obwohl Kritik selten so geballt geäußert wird, ist die Unzufriedenheit unter den Befragten groß. Gut 40 Prozent (19 Personen) geben eine „niedrige“ oder „sehr niedrige“ Zufriedenheit mit der Arbeit auf den Plattformen an, fast ebenso viele (17 Personen) bewerten sie als „mittel“; „hoch“ ist sie bei nur acht Befragten und „sehr hoch“ bei niemandem. Das sind deutlich schlechtere Werte als sie bei Arbeitszufriedenheitsmessungen generell ermittelt werden, auch beispielsweise im Vergleich zu Leiharbeiter*innen (Brenke 2015, S. 719). Allerdings gibt es hier ebenfalls Unterschiede nach Plattform-Typus. Eher positiv fällt die Bewertung der Testing-Plattfor-

men aus (je drei Befragte mit mittlerer und hoher Zufriedenheit). Hingegen besteht die geringste Zufriedenheit gegenüber Plattformen für Textarbeit (niedrig oder sehr niedrig bei acht Befragten). Letzteres überrascht, weil in der Forschung bislang die Microtasking-Plattformen als besonders problematisch gelten.

Setzt man den Grad der Zufriedenheit mit der Komplexität der Aufgaben in Beziehung (siehe Abbildung 2), so eröffnet sich ein Erklärungsansatz, der auf den Zusammenhang mit fachlichen und finanziellen Ansprüchen verweist.

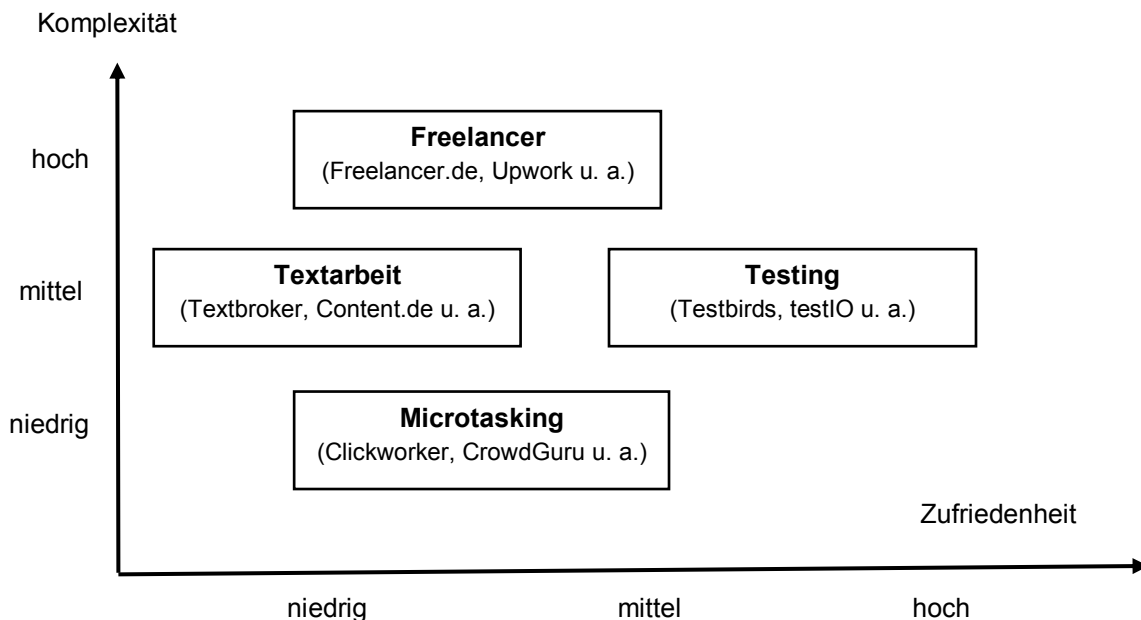


Abbildung 2: Zufriedenheit von ver.di-Mitgliedern mit der Arbeit auf Plattformen

(Quelle: eigene Darstellung)

Wir nehmen an, dass die Kritik an den Plattformen für Textarbeit besonders heftig ausfällt, weil hier Journalist*innen (elf von 13 Befragten) nach Aufträgen suchen, die sich nicht nur in ihren finanziellen Erwartungen, sondern auch in ihren fachlichen Ansprüchen an professionelles Schreiben enttäuscht sehen. Die Zufriedenheit mit Testing-Plattformen ist dagegen trotz geringer finanzieller Erträge deutlich höher, weil dort weniger ein professioneller Maßstab angelegt, sondern eher ein abwechslungsreicher Zuverdienst gesucht wird. Die Unzufriedenheit mit Microtasking-Plattformen ist vorwiegend durch die geringe Bezahlung verursacht, während die inhaltlichen Ansprüche von vornherein bescheiden bleiben. Die Plattformen für Freelancer-Aufträge werden wiederum stärker an Professionalitätsmaßstäben gemessen, aber die Vielfalt der Auftragsformen eröffnet größere inhaltliche Spielräume und Gewinnaussichten als bei reiner Textarbeit.

Diese Unterschiede nach Plattform-Typen werden durch Leimeister et al. (2016b, S. 61 ff.) bestätigt: Hinsichtlich des Verhaltens der Auftraggeber*innen wie der Plattformen fallen die Urteile im Testing-Segment am positivsten aus; bei Microtasking- und Design-Plattformen werden vor allem die Bezahlung durch die Auftraggeber und

die von den Plattformen gebotenen Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung schlecht bewertet. Mäßig fallen bei allen Plattform-Typen die Werte für das Bemühen um das „Wohlergehen“ der Arbeitenden aus (ebd., S. 65). Die generelle Zufriedenheit mit Bezahlung und allgemeiner Behandlung durch die Plattformen (ebd., S. 68) liegt im mittleren Bereich (einer Skala von eins bis fünf) – und ist damit etwas höher als in unserer Untersuchungsgruppe.

3.4 Zusammenfassung

Diese Forschungsbefunde zu Online-Arbeit als Erwerbsform lassen sich in folgenden drei Punkten zusammenfassen. Erstens ist das Ausmaß dieser Form der Auftragsvermittlung in Deutschland bisher gering: Aktuell nutzen wohl nur wenige Hunderttausend Personen solche Internet-Plattformen regelmäßig und erwirtschaften damit meist nur einen Zuverdienst in einer Größenordnung von bis zu 500 Euro im Monat. Von solchen Aufträgen als selbstständigem Hauptberuf leben, kann vermutlich nur ein sehr kleiner Teil der aktiven Nutzer*innen.

Der einfache Zugang und der zeitlich begrenzte Aufwand machen zweitens diese Arbeitsgelegenheit gleichermaßen für Selbstständige, Angestellte und Nicht-Erwerbstätige (Studierende, Arbeitslose, Rentenbezieher*innen etc.) interessant, welche mit ähnlich großen Anteilen im Kreis der Nutzer*innen vertreten sind. Die Heterogenität der Online-Arbeitenden ist diesbezüglich erheblich stärker ausgeprägt als bei jeder anderen Form bezahlter Arbeit. Verbreitet ist drittens – und das ist der hauptsächliche Kritikpunkt – die Erfahrung von unbezahlter Leistung und zu geringer Bezahlung, die vor allem auf einen Unterbietungswettbewerb auf den Plattformen zurückgeführt wird. Das verwundert nicht angesichts der Tatsache, dass Personen mit ganz unterschiedlichen Interessen, Qualifikationen sowie Lebensbedingungen um Aufträge konkurrieren und die Plattformen dem Preiskampf kaum Grenzen setzen.

Aus den Erfahrungen der befragten selbstständigen ver.di-Mitglieder werden die folgenden konkreten Problempunkte erkennbar, für die sich Belege auch in der internationalen Forschung zu den Arbeitsmarktwirkungen von Online-Arbeit finden (siehe vor allem Schörpf et al. 2017):

- *Zahlungsverweigerung*: Beklagt wird die Nicht-Bezahlung erbrachter Arbeitsleistungen, weil Auftraggeber*innen die Qualität des Leistungsergebnisses nicht akzeptieren. Problematisch ist insbesondere, dass sie dafür nicht begründungspflichtig sind und rechtlich kaum belangt werden können.
- *Rechteverlust*: Online-Arbeitende verlieren alle Nutzungs- und Urheberrechte an den von ihnen den Plattformen übergebenen Leistungen (Texte, Designs, Ideen etc.) – selbst wenn die Auftraggeber*innen die Bezahlung verweigern.
- *Preisdumping*: Viele Plattformen geben keine Preisempfehlungen ab und setzen keinerlei Preisuntergrenzen fest, liefern aber über die öffentliche Transparenz der angebotenen Preise erhebliche Anreize zu einem Unterbietungswettbewerb.

- *Informationsungleichgewicht*: Die meisten Plattformen räumen den Auftraggeber*innen erhebliche Informationsvorteile im Tauschprozess ein, indem sie die Leistungsfähigkeit der Auftragnehmer*innen transparent und direkt vergleichbar machen, umgekehrt jedoch zum Tauschverhalten der bezahlenden Kundschaft keine Angaben liefern.
- *Datenschutz*: Die Plattformen nutzen die mit der Abwicklung der Transaktionen anfallenden Daten einseitig zugunsten der Auftraggeber*innen (siehe oben) und gestalten damit den öffentlichen Marktauftritt der Online-Arbeitenden, ohne ihnen einen Einfluss auf diese Art der Verwertung ihrer Daten einzuräumen.

Die Kritik der Befragten richtet sich oft gegen die Plattformen, beanstandet werden aber auch das Marktverhalten der Auftraggeber*innen (etwa hinsichtlich der Zahlungsmoral) und indirekt ebenso die Niedrigpreis-Angebote anderer Auftragssuchender. Die Wirkungen der Plattform-Mechanismen in Verbindung mit Strategien von Nachfragenden und Anbietenden sind indes noch wenig untersucht.

4 Weiterführende politische und wissenschaftliche Perspektiven

Detaillierte Vorschläge zur Gestaltung von Online-Arbeit lassen sich aus den bisherigen Forschungsbefunden noch kaum ableiten. Dazu wären eingehendere, auf einzelne Plattformen und deren Vermittlungsmechanismen bezogene Analysen erforderlich. Die Ergebnisse liefern aber wichtige Anhaltspunkte zur weiteren Klärung der Rolle von Internet-Plattformen in der Steuerung der Marktdynamik und zur Ermittlung des daraus resultierenden politischen Handlungsbedarfs (4.1). Aus arbeitssoziologischer Sicht geben sie Anlass, nach der generellen Relevanz von Erwerbsformen zu fragen, die primär als Bestandteil von Einkommenskombinationen auftreten und bei denen der Erwerbsstatus fast nicht mehr eindeutig zu bestimmen ist (4.2).

4.1 Gesellschaftlicher Handlungsbedarf bei Online-Arbeit

Auch wenn sich die Plattformen lediglich als Marktplätze verstehen, auf denen sich Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen über Angebot und Nachfrage informieren sowie Leistungen gegen Geld tauschen, bestimmen sie mit ihren Regularien die Form des Austauschs. Damit sind die Marktpartner zwar in der Vereinbarung von Auftragsinhalten und der Festlegung der Preise weitgehend frei, aber nicht in der Abwicklung der Aufträge. Denn gerade dafür stellen die Plattformen die informationstechnischen Voraussetzungen bereit und legen detaillierte Regeln fest. Diese unterscheiden sich erheblich zwischen den verschiedenen Plattformen (siehe z. B. Vogl 2016), betreffen jedoch regelmäßig Kernaspekte aller Phasen der Auftragsbeziehung:

- *Auswahl des verfügbaren Auftragsangebots*: Was Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen auf dem Marktplatz zu sehen bekommen, können die Plattformbetreiber beispielsweise mittels Algorithmen steuern. Eine verbreitete Klage der Online-Arbeitenden ist, dass für sie nur wenige oder wenig interessante Aufträge verfügbar sind. Einige Plattformen bieten gegen Bezahlung eine Art Premium-Zugang an, der mehr und bessere Angebote erschließt.

- *Kenntnis des Marktpartners*: Manche Auftragsarten – vor allem auf Microtasking-Plattformen – werden anonym abgewickelt und lediglich die Plattformen kennen die beteiligten Nutzer*innen. Oft bleiben auch nur die Auftraggeber*innen anonym – mit erheblichen Informationsnachteilen für die Auftragnehmer*innen.
- *Kommunikation*: Entsprechend beschränkt sind häufig die Möglichkeiten zur Kommunikation zwischen Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen; bei Microtasking-Plattformen sind üblicherweise nur Mitarbeiter*innen der Plattformen ansprechbar.
- *Ergebnistransfer*: Die Auftragnehmer*innen übermitteln in der Regel das digitale Resultat der Arbeitsleistung an die Plattformen, die es zur Prüfung an die Auftraggeber*innen weiterleiten. Die Plattformen behalten damit die Informationshoheit über alle Aspekte des Tausches.
- *Leistungsbewertung*: Viele Plattformen berechnen auf dieser Informationsgrundlage (etwa mit Daten zur Dauer der Bearbeitung oder zur Zufriedenheit der Kund*innen) Leistungskennziffern für die Online-Arbeitenden. Sie werden in deren persönlichem Profil veröffentlicht und bestimmen somit wesentlich ihre künftigen Erwerbschancen. Wie solche Bewertungen zustande kommen, ist für die Betroffenen nicht transparent.
- *Bezahlung*: Online-Arbeitende erhalten üblicherweise ihre Entlohnung von der Plattform ausbezahlt, nachdem die Auftraggeber*innen das Leistungsergebnis geprüft und akzeptiert haben.

Die Liste zeigt, dass die Plattformen nicht nur den Ablauf des Markttauschs eng geführten Schemata unterwerfen, sondern damit vielfach auch Funktionen übernehmen, die bei arbeitsvertraglichen Beziehungen von der Arbeitgeberseite in Anspruch genommen werden. Aus dieser Konstellation resultieren folgende Fragen: Inwieweit sollten Auftraggeber*innen und Auftragnehmer*innen die Möglichkeit erhalten, auf die Regularien des Austauschs Einfluss zu nehmen? Welche Rolle könnte Instanzen ihrer Interessenvertretung zukommen und welcher Spielraum besteht für gesetzliche Regulierungen?

Die Gestaltungsproblematik wird verschärft durch die systematische Überschreitung von Ländergrenzen im Austausch der Marktpartner. Die Online-Arbeitenden stehen untereinander in direkten Konkurrenzbeziehungen unter höchst ungleichen Voraussetzungen. Etwaige staatliche Regulierungen für Dienstleistungsmärkte an den Standorten der Auftraggeber*innen oder Auftragnehmer*innen finden auf den Plattformen in der Regel keine Beachtung. Als Marktplätze für Online-Arbeit sind sie zwar global wirksam, folgen aber privat festgesetzten Regularien, die – wenn überhaupt – lediglich den rechtlichen Anforderungen jenes Landes Genüge tun, in dem die Plattform ihren Sitz hat.

In Deutschland sind erste Ansätze zu erkennen, um die Bedingungen von Online-Arbeit gesellschaftspolitisch zu diskutieren und der arbeits- sowie wirtschaftspolitischen Gestaltung näher zu bringen:

- Mehrere Plattformen haben (mit Unterstützung des Deutschen Crowdsourcing Verbands) einen freiwilligen „Code of Conduct“ mit zehn Grundsätze für eine „faire Zusammenarbeit zwischen Crowdsourcing-Unternehmen und Crowdworkern“ vereinbart (www.crowdsourcing-code.de, zuletzt abgerufen am 21.04.2017).
- ver.di und IG Metall bieten über spezielle Webseiten Informationen und Beratungsleistungen zu Online-Arbeit an; auf der IG Metall-Seite <http://faircrowd.work/de/> (zuletzt abgerufen am 05.10.2017) werden Plattformen bewertet und Kontakte vermittelt.
- Diese Angebote orientieren sich an Erfahrungen mit der Selbstorganisation der „Turker“ in den USA. Das sind Nutzer*innen der Microtask-Plattform Amazon Mechanical Turk, die sich zur Vertretung ihrer Anliegen auf verschiedenen Plattformen organisiert haben (Salehi et al. 2015).
- Nachdem die Gewerkschaften die politische Diskussion mit ersten Publikationen (Benner 2015; ver.di 2015) eröffneten, wurden die „digitalen Plattformen“ auch im jüngsten Weißbuch des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (2017, S. 55 ff.) als eines der zentralen Spannungsfelder der „Arbeitswelt 4.0“ identifiziert.

In derartigen Ansätzen werden prinzipielle Handlungsbedarfe anerkannt und Problemfelder konkretisiert. Sie haben bislang aber noch nicht zu verbindlichen Maßnahmen geführt, welche Veränderungen der Bedingungen von Online-Arbeit bewirken könnten.

Eine der grundlegenden Schwierigkeiten ist, dass die Online-Arbeitenden als die direkt Betroffenen in diese Debatten kaum einbezogen sind. Aufgrund des internet-basierten Austauschs sind sie als gesellschaftliche Gruppe nicht unmittelbar wahrnehmbar und für arbeitspolitische Initiativen schwer adressierbar. Vermutlich bremst ebenfalls der Zuverdienst-Charakter das Engagement von Online-Arbeitenden: Sie haben meist andere Haupteinnahmequellen und erkennen in politischen Aktivitäten auf diesem Nebenschauplatz ihres Erwerbslebens offenbar nur begrenzten Nutzen.

4.2 Online-Arbeit als Baustein hybrider Erwerbsmuster

Online-Arbeit stellt – so lässt sich aus arbeitssoziologischer Perspektive resümieren – weniger aufgrund ihrer Ausmaße und Verbreitung ein wichtiges Thema für Wissenschaft und Politik dar, sondern weil sie auf neue Entwicklungen sowie Potenziale der Flexibilisierung von Erwerbsarbeit verweist. Am Beispiel Online-Arbeit lässt sich eindrücklich erkennen, welche Reichweite die Digitalisierung von Arbeit erzielen kann, welche Implikationen ein global zugänglicher Arbeitsmarkt in sich birgt und vor welchen Herausforderungen die nationalen Systeme der Sicherung sowie Regulierung von Erwerbsarbeit stehen. Auch wenn derartiges externes Crowdsourcing von Arbeitsleistungen im Moment lediglich eine weitere Option unter den vielfältigen Strategien von Unternehmen zur Flexibilisierung des Einsatzes von Arbeitskraft bildet, sind einige sich neu abzeichnende Problematiken hier in besonderer Deutlichkeit zu erkennen.

Eine der grundlegenden Herausforderungen künftiger Arbeits- und Sozialpolitik lässt sich am Zuverdienst-Charakter von Online-Arbeit sowie der Notwendigkeit der Kombination mit anderen Einkommens- und Erwerbsarten festmachen. Bedeutungen und Bewertungen des Arbeitens über Internet-Plattformen erschließen sich nur, wenn sie im Zusammenhang mit den anderen Erwerbsformen und Einkommensquellen gesehen werden, zu denen sie jeweils als Ergänzung dienen. Dafür wiederum ist die individuelle Erwerbsgeschichte mit ihren spezifischen Bildungs- und Berufserfahrungen sowie mit subjektiven Ansprüchen an Arbeit zu berücksichtigen. Die Frage der Einkommenskombination erfordert es zudem, den analytischen Blick über die erwerbstätige Person hinaus auszuweiten auf den Haushalt, zu dessen Budget ein Beitrag geleistet werden soll (Pongratz/Bühmann 2017).

Derartige Erwerbsmuster lassen sich nicht mehr hinreichend mit dem üblichen Schema von Haupt- und Nebenberuf beschreiben, weil sie oft mehrfache Erwerbstätigkeiten umfassen (z. B. verschiedene Zweige beruflicher Selbstständigkeit) und sich Haupt- sowie Nebentätigkeit nicht einfach bestimmen lassen. In der Selbstständigen-Forschung wird deshalb zunehmend von Erwerbshybridisierung gesprochen, wenn verschiedene abhängige und selbstständige Tätigkeiten parallel ausgeübt werden oder in mehrfachem Wechsel aufeinander folgen (vgl. Bögenhold/Fachinger 2016; Bögenhold/Klinglmayr 2016; Bühmann et al. 2017). Status und Selbstverständnis der Erwerbstätigen sind in diesen Fällen von der Gleichzeitigkeit multipler Erwerbsformen geprägt. In manchen Berufssegmenten – wie den Kulturberufen – ist das „Pendeln zwischen verschiedenen Erwerbsfeldern“ (Manske 2015, S. 242) ein seit langem zu beobachtendes Muster, um beispielsweise inhaltliche Interessen mit Einkommenszielen zu verbinden. Online-Arbeit stellt in vielen Fällen einen zusätzlichen Baustein derart diversifizierter Erwerbsstrategien dar und eignet sich aufgrund der einfachen Zugänglichkeit zum besonders flexiblen Einsatz.

In jeglicher Form selbstständiger Erwerbstätigkeit stellt die Sicherung kontinuierlicher Erträge in Anbetracht der Wechselfälle und Unwägbarkeiten der Märkte eine zentrale Herausforderung dar. Die Diversifizierung der Erwerbsstrategie durch die Kombination verschiedener Einnahmequellen kann als Maßnahme zur Absicherung und Stabilisierung der Erwerbslage verstanden werden (Pongratz/Bühmann 2017). Durch die parallele oder wechselnde Tätigkeit in abhängiger wie selbstständiger Beschäftigung lassen sich zwar oft für den aktuellen Haushaltsbedarf ausreichende Einnahmen erzielen, aber selten eine soziale Absicherung erreichen, die mit einer dauerhaften Anstellung vergleichbar wäre. Die arbeits- und sozialpolitische Aufgabe besteht deshalb nicht nur darin, die einzelnen atypischen Erwerbsformen arbeitspolitisch zu regulieren, sondern den Gestaltungsrahmen zugleich auf die Kombination verschiedener Erwerbsformen auszuweiten. Auch Online-Arbeit – als besonders prägnanter Ausdruck forcierter betrieblicher Strategien zur Flexibilisierung des Arbeitskräfteeinsatzes – sollte nicht als isoliertes Phänomen behandelt werden. Die gesellschaftspolitische Herausforderung besteht darin, sich nicht in einer Vielzahl kleinteiliger Sonderlösungen zu verlieren, sondern den Schutz der Erwerbsarbeit

derart auszubauen, dass er unabhängig vom Erwerbsmodus wirksam wird und ebenfalls hybride Erwerbsmuster systematisch einschließt.

Literatur

- Al-Ani, A./Stumpp, S. 2015: Motivationen und Durchsetzung von Interessen auf kommerziellen Plattformen. Ergebnisse einer Umfrage unter Kreativ- und IT-Crowdworkern. HIIG Discussion Paper Series. Berlin
- Barnes, S.-A./Green, A./De Hoyos, M. 2015: Crowdsourcing and work: Individual factors and circumstances influencing employability. In: *New technology, work and employment*, Jg. 30, H. 1, S. 16-31
- Beerepoot, N./Lambregts, B. 2015: Competition in online job marketplaces. Towards a global labour market for outsourcing services? In: *Global Networks*, Jg. 15, H. 2, S. 236-255
- Benner, C. (Hg.) 2015: *Crowd Work – zurück in die Zukunft? Rechtliche, politische und ethische Fragen digitaler Arbeit*. Frankfurt am Main
- Berg, J. 2016: Income security in the on-demand economy: Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers. In: *Comparative Labour Law & Policy Journal*, Jg. 37 (2016), H. 3
- Bertschek, I./Ohnemus, J./Viete, S. 2016: Befragung zum sozioökonomischen Hintergrund und zu den Motiven von Crowdworkern. Endbericht zur Kurzexpertise. Berlin
- Boes, A./Kämpf, T./Langes, B./Lühr, T./Steglich, S. 2014: *Cloudworking und die Zukunft der Arbeit. Kritische Analysen am Beispiel der Strategie „Generation Open“ von IBM*. Kassel
- Bögenhold, D./Fachinger, U. 2016: *Berufliche Selbstständigkeit: Theoretische und empirische Vermessungen*. Wiesbaden
- Bögenhold, D./Klinglmair, A. 2016: Entrepreneurship and hybrid self-employment. In: Bögenhold, D. et al. (Hg.), *Contemporary Entrepreneurship*. Berlin, S. 127-140
- Brenke, K. 2015: Die große Mehrzahl der Beschäftigten in Deutschland ist mit ihrer Arbeit zufrieden. In: *DIW Wochenbericht* 32/33, S. 715-722
- Brenke, K./Beznoska, M. 2016: *Solo-Selbständige in Deutschland – Strukturen und Erwerbsverläufe*. Berlin
- Bührmann, A. D./Fachinger, U./Welskop-Deffaa, E. M. (Hg.) 2017: *Hybride Erwerbsformen. Digitalisierung, Diversität und sozialpolitische Gestaltungsoptionen*. Berlin (im Erscheinen)
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2017: *Weißbuch Arbeiten 4.0*. Berlin
- Codagnone, C./Abadie, F./Biagi, F. 2016: The Future of Work in the ‘Sharing Economy’. Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation? Internet: <https://ssrn.com/abstract=2784774> (zuletzt abgerufen am 05.10.2017)
- Durward, D./Blohm, I./Leimeister, J. M. 2016: Rags to Riches – How signaling behaviour causes a power shift in crowdsourcing markets. In: *European Conference on Information Systems (ECIS)*. Istanbul, Turkey. Internet: <https://www.alexandria.unisg.ch/publications/248500> (zuletzt abgerufen am 05.10.2017)
- Gerber, C./Krzywdzinski, M. 2017: Schöne neue Arbeitswelt? Durch Crowdworking werden Aufgaben global verteilt. In: *WZB-Mitteilungen*, H. 155, S. 6-9

- Graham, M./Lehdonvirta, V./Wood, A./Barnard, H./Hjorth, I./Simon, D. P. 2017: The Risks and Rewards of Online Gig Work At The Global Margins. Oxford
- Hossain, M./Kauranen, I. 2015: Crowdsourcing: A comprehensive literature review. In: Strategic Outsourcing, Jg. 8, H. 1, S. 2-22
- Howe, J. 2006: The rise of crowdsourcing. In: Wired magazine, Jg. 14, H. 6, S. 1-4
- Huws, U./Joyce, S. 2016: Crowd working survey. Size of the Germany's "Gig Economy" revealed for the first time. Internet: <http://www.feps-europe.eu/assets/c8ec0d51-523c-457f-b055-33ec0b6e4331/crowd-working-survey-germanypdf.pdf> (zuletzt abgerufen am 15.07.2017)
- Huws, U./Joyce, S./Spencer, N. H. 2016: Crowd Work in Europe. Preliminary results from a survey in the UK, Sweden, Germany, Austria and the Netherlands. Internet: <http://www.fepseurope.eu/assets/a82bcd12-fb97-43a6-9346-24242695a183/crowd-working-survey.pdf> (zuletzt abgerufen am 15.07.2017)
- IG Metall (2013): Crowdsourcing. Beschäftigte im globalen Wettbewerb um Arbeit – am Beispiel IBM. Internet: https://www.igmetall.de/docs_0195804_IGM_Crowdsourcing_Web_ec8e869de1e912d44199c2db810c5585eec9ce57.pdf (zuletzt abgerufen am 28.04.2017)
- Kirchner, S./Beyer, J. 2016: Die Plattformlogik als digitale Marktordnung. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 45, H. 5, S. 324-339
- Kittur, A./Nickerson, J. V./Bernstein, M./Gerber, E./Shaw, A./Zimmermann, J./Lease, M./Horton, J. (Hg.) 2013: The future of crowd work. Proceedings of CSCW '13, ACM press, S. 1301-1318
- Kuek, S. C./Paradi-Guilford, C./Fayomi, T./Imaizumi, S./Ipeirotis, P./Pina, P./Singh, M. 2015: The global opportunity in online outsourcing. Washington, D.C.
- Lehdonvirta, V./Barnard, H./Graham, M./Hjorth, I. 2014: Online labour markets – Levelling the playing field for international service markets? Oxford
- Lehdonvirta, V./Hjorth, I./Graham, M. (Hg.) 2015: Online labour markets and the persistence of personal networks: evidence from workers in Southeast Asia. Oxford
- Leimeister, J. M./Zogaj, S. 2013: Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing: Eine Literaturstudie. Düsseldorf
- Leimeister, J. M./Blohm, I./Zogaj, S. 2014: Crowdsourcing und Crowd Work – ein Zukunftsmodell der IT-gestützten Arbeitsorganisation? In: Brenner, W./Hess, T. (Hg.), Wirtschaftsinformatik in Wissenschaft und Praxis. Berlin/Heidelberg, S. 51-64
- Leimeister, J. M./Zogaj, S./Durward, D./Blohm, I. 2016a: Systematisierung und Analyse von Crowd-Sourcing-Anbietern und Crowd-Work-Projekten. Düsseldorf
- Leimeister, J. M./Durward, D./Zogaj, S. 2016b: Crowd Worker in Deutschland: Eine empirische Studie zum Arbeitsumfeld auf externen Crowdsourcing-Plattformen. Düsseldorf
- Manske, A. (2015). Selbständigkeit als Patchwork-Existenz. Neue Muster von Selbständigkeit in den Kulturberufen. In: Sozialer Fortschritt, Jg. 64, H. 9/10, S. 241-247

- Mrass, V./Peters, C./Leimeister, J. M. 2017: One for All? Managing External and Internal Crowds through a Single Platform – A Case Study. In: Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS). Waikoloa, HI, USA.
- Müller, N. 2010: Reglementierte Kreativität: Arbeitsteilung und Eigentum im computerisierten Kapitalismus. Baden-Baden
- Nuss, S. 2006: Copyright & Copyriot: Aneignungskonflikte um geistiges Eigentum im informationellen Kapitalismus. Münster
- Pongratz, H. J. 2017a: Of crowds and talents: Discursive constructions of global online labour. Manuskript. München (im Review-Prozess)
- Pongratz, H. J. 2017b: Interessenvertretung dringend erwünscht: Was Selbstständige von ihrer Gewerkschaft erwarten. Erscheint demnächst in WSI-Mitteilungen
- Pongratz, H. J./Bührmann, A. D. 2017: Diskontinuität und Diversität beruflicher Selbstständigkeit. Erscheint demnächst in Bührmann et al. 2017
- Salehi, N./Irani, L. C./Bernstein, M. S./Alkhatib, A./Ogbe, E./Milland, K./Clickhappier 2015: We Are Dynamo: Overcoming Stalling and Friction in Collective Action for Crowd Workers. Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, S. 1621-1630
- Saxton, G. D./Oh, O./Kishore, R. 2013: Rules of crowdsourcing: Models, issues, and systems of control. In: Information Systems Management, Jg. 30, H. 1, S. 2-20
- Schmidt, F. A. 2016: Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie – Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork. Bonn
- Schönefeld, D./Schwarz, A. 2017: Online-Crowdworking: Simple Jobs – viel Autonomie? Empirische Einsichten in Angebotsstruktur und Prozesse einer neuen Form digital koordinierter Erwerbsarbeit. In: Banse, G./Busch, U./Thomas, M. (Hg.), Digitalisierung und Transformation. Industrie 4.0 und digitalisierte Gesellschaft. Berlin, S. 205-225.
- Schörpf, P./Flecker, J./Schönauer, A./Eichmann, H. 2017: Triangular love–hate: Management and control in creative crowdworking. In: New technology, work and employment, Jg. 32, H. 1, S. 43-58
- Srnicek, N. 2016: Platform Capitalism. Cambridge
- ver.di 2012: Crowdsourcing und Cloudworking: Gefahren für Gesellschaft und Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Berliner Crowdsourcing-Cloudworking-Papier). Internet: https://innovation-gute-arbeit.verdi.de/++file++557583e5aa698e5a5800-0e47/download/verdi-Positionspapier_Cloudworking-Crowdsourcing.pdf (zuletzt abgerufen am 28.04.2017)
- ver.di, Bereich Innovation und Gute Arbeit (Hg.) 2015: Gute Arbeit und Digitalisierung. Prozessanalysen und Gestaltungsperspektiven für eine humane digitale Arbeitswelt. Berlin
- Vogl, E. 2016: Cloudworking und Crowdsourcing als neue Organisationskonzepte von Arbeit. Plattformen als Organisations- und Gestaltungsebene von Arbeit. Unveröffentlichte Masterarbeit. München

Anhang: Forschungsmethodische Reflexionen

Eine zentrale methodische Herausforderung von Befragungen zu Online-Arbeit liegt in der Vieldeutigkeit von Begriffen wie ‚Crowdsourcing‘, ‚Crowdwork‘ und ‚Internet-Plattform‘, die in der Öffentlichkeit teils wenig bekannt sind, teils mit unterschiedlichen Phänomenen assoziiert werden. Dynamik und Vielfalt der Plattformökonomie bedürfen dringend der Verständigung über begriffliche Differenzierungen. Als vorläufiger Ausweg bietet es sich für Befragungen zu Internet-Aktivitäten an, die Plattformen namentlich aufzuführen (bei Social Media z. B. Facebook, Twitter oder YouTube). Für den Bereich der Online-Arbeit bleibt dieses Vorgehen allerdings schwierig zu handhaben, solange es sich um zahlreiche und wenig bekannte Plattformen handelt. Die folgenden Überlegungen richten sich auf drei unterschiedliche Herangehensweisen.

- (1) Die Studien von Al-Ani und Stumpp (2015), Bertschek et al. (2016) sowie Leimeister et al. (2016b) umgehen begriffliche Mehrdeutigkeiten, indem die ‚Crowdworker‘ direkt über die Plattformen kontaktiert werden und dort die Befragung als bezahlten Auftrag angeboten bekommen. Allerdings stellen sich dabei neue methodische Probleme: Wird eine Befragung als Auftrag auf einer Plattform ausgeschrieben, so fassen die Teilnehmenden diese als Arbeitsleistung auf. Wahrscheinliche Folgen dessen sind, dass
 - die Umfrage vor allem auf das Interesse von Nutzer*innen stößt, die häufig aktiv sind und gerne Umfragen bearbeiten, hingegen andere Gruppen unterrepräsentiert sind, wenn sie nicht gezielt angesprochen werden;
 - die Befragten an die Umfrage routinemäßig wie an andere Aufträge herangehen (einige Plattformen bieten regelmäßig Umfragen an, manche Online-Arbeitende spezialisieren sich darauf);
 - sie ihre Mitwirkung von der Angemessenheit der Bezahlung abhängig machen (vgl. die Erfahrungen mit der Setzung von Anreizen bei Leimeister et al. 2016b, S. 27 f.)
 - und damit rechnen, dass ihre ‚Leistung‘ wie üblich von den Auftraggebern bewertet wird und sich in ihrer Online-Reputation niederschlägt.

Außerdem bedeutet es einen nicht unerheblichen Aufwand, die Befragten auf eine neutrale Webseite zur Durchführung der Befragung zu lotsen und anschließend über die Crowdworking-Plattform zu entlohnen. Unter diesen Bedingungen ist anzunehmen, dass die Befragten zum einen aufmerksam und schnell reagieren und zum anderen zu sozial erwünschten Antworten neigen. Wir gehen deshalb davon aus, dass solche Studien das Ausmaß von Online-Arbeit überschätzen und deren Probleme unterschätzen.

- (2) In der Konzeption unserer Online-Befragung von selbstständigen ver.di-Mitgliedern zu internetbasierten Aufträgen wurde in zweierlei Hinsicht ein anderer Zugang gewählt. Einerseits haben wir nicht über die Plattformen nach Teilnehmer*innen gesucht, sondern uns an Solo-Selbstständige als eine wichtige

Zielgruppe für Online-Arbeit gewandt. Andererseits haben wir die Thematik eingebettet in generelle Fragen zum selbstständigen Erwerb, die wir gesondert auswerteten (Pongratz 2017b). Etwa ein Dutzend Plattformen für Online-Arbeit wurden in einer Liste namentlich aufgeführt, um sicherzustellen, dass Erfahrungen zu genau dieser Form der Vermittlung von Aufträgen mitgeteilt werden. Zur Frage nach den Zugangswegen zu Aufträgen für Selbstständige haben 39 Befragte mindestens eine der aufgelisteten Crowdsourcing-Plattformen angekreuzt. Am häufigsten genannt wurde Textbroker (15 Befragte), gefolgt von Clickworker und Freelancer.de (je neun Befragte) sowie Testbirds, Crowd Guru und Upwork (je sechs Befragte). Insgesamt 50 zusätzliche Nennungen gab es in der Kategorie „Sonstige Online-Plattformen, nämlich ...“, von denen indessen nur ein Bruchteil – nämlich sieben Nennungen – der plattformbasierten Online-Arbeit zugeordnet werden konnte. Bei den anderen ‚Sonstigen‘ handelt es sich um diverse Vermittlungsformen, von Kleinanzeigen-Portalen über die allgemeinen sozialen Netzwerke (Facebook, Xing etc.) bis hin zu spezialisierten Netzwerk-Portalen wie z. B. das mehrfach erwähnte Design-Portal „das auge“.

Hinsichtlich ihrer soziodemographischen Merkmale entspricht diese Gruppe von Online-Arbeitenden weitgehend dem Gesamtsample der befragten selbstständigen ver.di-Mitglieder: Sie sind in der Mehrheit Männer (zu knapp 60 Prozent) und haben überwiegend einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss (ebenfalls etwa 60 Prozent). Der Branchenschwerpunkt liegt – der historischen Verbindung mit der Vorläufergewerkschaft IG Medien entsprechend – bei den Kultur- und Medienberufen, wobei Journalist*innen (21 Befragte), IT-Berufe (elf Befragte) und Übersetzer*innen (neun Befragte) besonders häufig vertreten sind. Auf den Plattformen ist gut die Hälfte (24 Befragte) erst seit einem oder zwei Jahren aktiv. Rund ein Viertel (zehn Befragte) nutzt sie regelmäßig mehrmals in der Woche, neun Befragte ab und zu (ein paar Mal im Monat), die Hälfte (24 Befragte) hingegen nur selten (ein paar Mal im Jahr). Von den 45 auf ‚Crowdworking‘-Plattformen Aktiven gaben 21 Befragte Einnahmen unter 100 Euro monatlich an und weitere zwölf Befragte bis 500 Euro (neun ohne Angaben). Besser verdienen nur drei Befragte, die über Upwork Aufträge suchen: ein Übersetzer mit bis zu 1.000 Euro sowie ein Journalist und ein IT-Experte mit jeweils über 2.000 Euro im Monat. Das Sample erfasst mit überwiegend Selbstständigen in den Kultur- und Medienberufen eine der zentralen Zielgruppen vieler Plattformen für Online-Arbeit, ohne auf die Gesamtheit von ‚Crowdwork‘ in Deutschland Rückschlüsse zuzulassen.

- (3) Die forschungsmethodischen Herausforderungen werden unterstrichen durch eine dritte Herangehensweise, die im Falle von Huws und Joyce (2016) unserer Einschätzung nach zu irreführenden Befunden (bzw. Interpretationen) geführt hat: Sie haben das Ausmaß der Nutzung verschiedener Plattform-Typen im Rahmen einer Bevölkerungsumfrage unter 16- bis 70-Jährigen in Deutschland (mit 2.180 Befragten) zu ermitteln versucht. Dabei stellen sich zwei Pro-

bleme ein. Zum einen beruht die Befragung nicht auf einer Zufallsstichprobe, sondern nutzt ein Online-Sample des Unternehmens Ipsos MORI mit registrierten Nutzer*innen, die für ihre freiwillige Teilnahme mit Gutscheinen belohnt werden. Bezüglich der Stichprobe ist deshalb ein Selektionseffekt in Richtung internetaffiner Bevölkerungskreise mit starker Online-Aktivität anzunehmen. Zum anderen umschreiben Huws et al. (2016, S. 26) in Anbetracht der begrifflichen Unschärfen ‚Crowdwork‘ mit der Formulierung „work you can carry out from your own home on a website such as“ mit anschließender Nennung einer Reihe national bekannter Plattformen (die deutschsprachige Fassung ist nicht publiziert). Wir vermuten, dass diese Formulierung allzu vieldeutig bleibt und dass selbst die größeren Plattformen (national z. B. Clickworker sowie Twago; international beispielsweise Upwork und Freelancer) zu unbekannt sind, um valide Antworten zu liefern.

Aus den derart generierten Ergebnissen schließen Huws und Joyce (2016, S. 1) auf 14 Prozent aller Deutschen im Erwerbsalter als aktive ‚Crowdworker‘ – „equivalent to around 8.2 million people“ (ebd.). Und die meisten von ihnen suchen demzufolge zugleich Arbeit in fremden Haushalten oder als Fahrer*in für Dienste wie Uber (ebd., S. 2). Werte in dieser Größenordnung sind nicht plausibel nachvollziehbar, da sie die bisher ermittelten Schätzwerte (siehe 3.1) um ein Vielfaches übersteigen. Für zusätzliche Verzerrungen könnte die Einbettung in ein äußerst breites Spektrum von Fragen nach diversen ökonomisch relevanten Internet-Aktivitäten gesorgt haben – „a wide range of practices connected with ICT-mediated work“ (Huws et al. 2016, S. 20) –, das von der Jobsuche auf Internet-Börsen bis zum Verkauf privater Güter (über Ebay oder Amazon) reicht. Indem die Befragten in ihrer Rolle als Anbieter ebenso wie als Nachfrager von Leistungen angesprochen wurden, sind die notwendigen Differenzierungen zwischen den Internet-Aktivitäten offenbar verwischt worden.



AIS-Studien

Das Online-Journal der Sektion Arbeits- und Industriesoziologie
in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS).

www.arbsoz.de/ais-studien